



FRANCHISING JUNIOR *Baby-innovator: altro che manager!*

Da: Lanciostory – di Sara Cerqua

A Patrick e Joe Williams – fratellini di otto e sei anni residenti a Fort Myers (Florida) – la paghetta settimanale non bastava mai. I due ambivano a maggiori capitali da destinare all'acquisto di videogames, figurine e chewing-gum, ma i genitori non intendevano concedere aumenti. Dunque i due fratellini, improvvisandosi imprenditori, si sono messi a confezionare candele in c'era d'api, per poi rivenderle ai negozi del quartiere. Dopo i primi ordini di una decina di dollari, un natural-shop ha richiesto alla piccola *azienda Williams* una partita di candela del valore di 400 dollari. Ciò significava che, al netto della materia prima e dell'imballaggio, i piccoli avrebbero ricavato da quell'ordinativo un utile di 125 dollari. L'equivalente di dieci mesi di paghetta.

Constatato che il business garantiva l'acquisto di giochi e caramelle, nei mesi a seguire i due bambini lo hanno consolidato, dedicandogli piccoli ritagli di tempi tra scuola e attività ricreative. Col passare del tempo, la conduzione dell'impresa – oltre ai guadagni – aveva sortito sui due gli effetti di un master of business administration. I ragazzini, gestendo personalmente tutte le fasi produttive, avevano appreso a grandi linee i rudimenti delle strategie aziendali, dei controlli di qualità del marketing, del bilancio d'esercizio, del management.

Oltre a dimostrare una sorprendente confidenza nella gestione della loro piccola azienda, con responsabilità sociale riuscivano perfino a donare il loro 10% dei loro profitti alla parrocchia e all'organizzazione della loro scuola.

Il loro business si era dimostrato un successo, tant'è che un giorno il più grande dei due ha confessato al padre "*ehi, daddy, non sarebbe bello se altri nostri amichetti potessero avere un business come il nostro per arrotondare le paghetta?*" Mettendo a frutto il suggerimento del suo pargolo affarista, il genitore Ralph Williams ha fondato www.franchild.com, un franchising online esclusivamente dedicato ai bambini tra i 5 e i 15 anni. Toccati con mano i benefici che il commercio di candele aveva prodotto sui propri figli, Mr. Williams invita tutti gli altri genitori ad avviare i loro pargoletti all'imprenditoria aziendale di piccolissime dimensioni. Il business insegna ai minori il valore del danaro, L'impegno professionale aiuta a comprendere i meccanismi della realtà nonché a crescere con consapevolezza, sostiene Ralph. A pari di un classico franchising, Franchild LLC fornisce materia prima, marchio, assistenza e consulenza. Puntando sul settore dell'apicoltura, ecologico e sano, propone ai bambini quattro categorie commerciali tra cui scegliere: candele, saponi, bijoux e abbigliamento. Con il versamento di una quota annuale di 25 dollari si diventa membri di Franchild con tanto di certificazione, istruzioni per il lancio dell'attività, suggerimenti per il marketing e vendita dei prodotti. E con l'aggiunta di qualche dollaro, l'azienda madre offre a ciascun franchise una webpage dedicata, così da garantire visibilità in Rete. Inoltre, per condividere piccoli imprenditori affiliati, mette a disposizione il forum The Hive: L'Alveare.

Addio, chioschetti di limonata dai-da-te. In Rete, i bambini vengono iniziati alla carriera manageriale gestendo un franchising tutto loro.